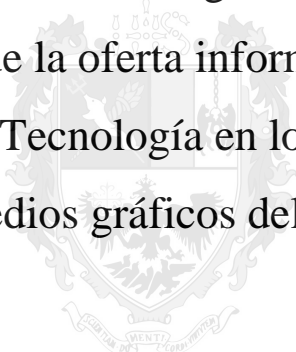


Universidad del Salvador
Facultad de Ciencias de la Educación y
de la Comunicación Social
Licenciatura en Periodismo

Tesis monográfica:
Análisis de la oferta informativa sobre
Ciencia y Tecnología en los principales
medios gráficos del país



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Realizada por: Martín Pablo Sosa
Director/a de la Carrera de Periodismo: Prof. Lic. Ana Laura García Luna
Tutora de la tesis monográfica: Prof. Lic. María Florencia Naudy
Asesor metodológico: Prof. Lic. Leonardo Cozza
Asignatura: Tesina
Cátedra: Prof. Lic. Ana Laura García Luna y Prof. Lic. Leonardo Cozza

Abstract

La presente tesina monográfica analiza la oferta informativa sobre ciencia y tecnología en los tres diarios nacionales de mayor tirada entre abril y septiembre de 2011. El estudio se enmarca en preceptos de la teoría de la agenda setting y las teorías del periodismo como espejo y como construcción social de la realidad. A su vez, también se analizan algunos puntos sobre la base del análisis de contenido, entendiendo a éste como una lectura interpretativa y reflexiva sobre los significados latentes de los textos.

La tesina tiene como uno de sus principales objetivos el de explorar la relación entre el contexto de desarrollo de la ciencia y la tecnología en la Argentina en los últimos años y las características de la oferta informativa sobre la temática en el período arriba citado. Además, se lleva a cabo una lectura comparativa de los abordajes que hace cada diario sobre los artículos de la temática, con el fin de establecer similitudes y diferencias existentes entre los distintos enfoques. Esto es de utilidad ya que cada uno de los medios analizados tiene un encuadre propio y singular de la temática que es necesario definir con precisión, pero también existen varios puntos compartidos entre sí que, de alguna manera, conforman un “corpus” de peso sobre el modo en que se comunica la ciencia y la tecnología (CyT) en los medios gráficos argentinos, que también se debe puntualizar y destacar.

USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Palabras claves: comunicación de la ciencia y tecnología, divulgación de la ciencia, periodismo científico, medios de comunicación y ciencia, agenda setting, análisis de contenido, prensa gráfica.

Índice de Contenidos

	página
Agradecimientos	5
Introducción	6
Capítulo 1: Principales Políticas Públicas del sector CyT	14
Capítulo 2: Estudios previos	21
Capítulo 3: Comunicación estatal de la CTI	24
Capítulo 4: Acerca de la metodología	29
Capítulo 5: Análisis de resultados: La ciencia y la tecnología en la agenda de los diarios argentinos	31
Caracterización de los artículos de CTI en la prensa gráfica	33
Índice de atención	38
Distribución del total de artículos de CTI publicados por diario por día	40
Distribución del total de artículos de CTI publicados por mes por diario	41
Distribución de la variable autoría	42
Índice de institucionalización de la ciencia	44
Distribución de la variable origen geográfico sobre el total de textos	49
Distribución de la variable origen por diario	53
Distribución geográfica de los textos de origen nacional por diario	55
Distribución de los textos totales de CTI según sección	58
Distribución de la variable fuentes	60
Presencia y cantidad de menciones de instituciones nacionales	67
Distribución de la variable tono	69
Distribución de géneros periodísticos totales y por diario	71
Concepción de la actividad científico-tecnológica y género de los científicos/tecnólogos	76
Distribución de la variable de textos de política y/o gestión de la ciencia por diario	79
Conclusiones	81
Referencias	92
Apéndice I: Cuadros y gráficos	

Apéndice II: Entrevistas a IC	
Reseña	97
Anexo: Cuadros y gráficos	



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Agradecimientos

A mi familia –Alberto, Cristina y Mariana-
por brindarme su ayuda, sugerencias y recomendaciones

A Carlos Aggio y Valeria Griego
por su confianza y por haberme impulsado a dar los primeros pasos de esta tesina

A Carmelo Polino
por estar siempre bien predispuesto a recibirme, aconsejarme y guiarme en mis dudas

A Romina Godoy
por ayudar a encontrarme

A los informantes clave
por sus aportes y su muy buena voluntad

A María Florencia Naudy
por su profesionalismo, sus correcciones, consejos y su infinita docencia

Y, sobre todo, a Laura
por plasmar su hermosa energía y amor en un apoyo y acompañamiento inquebrantable



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Introducción

En la declaración de los Estados de la ONU, formulada para la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, se afirma “la supremacía del derecho a la información” pero dejando en la sombra su relación constitutiva con el derecho a la comunicación en su más ancha complejidad, esto es: el derecho a la participación del, y en, el conocimiento; el derecho de los ciudadanos y los grupos sociales al acceso a la información no sólo como receptores sino también como productores. El reconocimiento de esos nuevos derechos tiene en la base el valor que el conocimiento ha adquirido en la “sociedad-red”, como bien público primordial. Se trata del derecho de los ciudadanos a la comunicación pública del conocimiento, aún más decisivo en las nuevas condiciones de hegemonía tecnológica del saber y de las presiones mercantiles sobre el proceso mismo de su producción y circulación. Lo que se busca salvaguardar es, al mismo tiempo, el derecho a que la sociedad pueda seguir contando con ese otro conocimiento que proviene de los saberes de experiencia social, y el derecho a que todo lo que concierne a las opciones y decisiones sobre desarrollo e inversión en investigación científica y tecnología pueda ser objeto de información y debate públicos (Jesús Martín Barbero: 2004)

En las sociedades occidentales de la actualidad, los medios de comunicación se encargan de informarnos acerca de la totalidad de lo real. Las excepciones las constituyen los hechos o acontecimientos que por cercanía o contactos propios uno puede conocer por su cuenta sin necesidad de la mediación de las empresas informativas. En este contexto en donde salvo por el pequeño círculo en el cual uno se mueve, todo lo que sabe o conoce le llega tras ser interpretado, es imprescindible resaltar la importancia que poseen los medios de comunicación en la creación de imaginarios sociales y establecimiento de agenda.

Ha ido creciendo en las sociedades industriales de capitalismo maduro, ya sea a causa de la diferenciación y de la complejidad sociales, ya sea también por el papel central de los mass media, la presencia de secciones y «paquetes» de realidad que los sujetos no experimentan directamente ni definen interactivamente a nivel de vida cotidiana, sino que «viven» exclusivamente en función de o a través de la mediación simbólica de los medios de comunicación de masas.¹

El ámbito vinculado a la actividad científico-tecnológica no queda exento de la “dependencia cognoscitiva”² arriba citada, por lo que resulta menester analizar la presencia (o ausencia), el abordaje, el tratamiento, el enfoque, el alcance y la difusión que hacen los medios de comunicación sobre asuntos vinculados a esta temática:

La cobertura que hacen los medios contribuye a que la ciencia y tecnología (CyT) se incorpore a la sociedad. En la medida que los medios masivos son la principal

¹ G. Grossi, “Sociología dei processi culturali” en Mauro Wolf, “La investigación de la comunicación de masas”, Barcelona, Paidós, 1996, p.169.

² Es un término acuñado por Mauro Wolf en “La investigación de la comunicación de masas”, p.169.

fuentes de información de temas de actualidad científica y que tienen un potencial probado para instalar o reforzar las categorías de la esfera pública, el periodismo impacta sobre las percepciones que se forman los ciudadanos sobre la CyT.³

Así, “los medios masivos son por tanto mecanismos centrales en la construcción de la imagen y las representaciones de la CyT y debido a ellos son también importantes para las políticas de comunicación científica.”⁴

Este poder que detentan los medios de comunicación, es parte de lo que numerosos investigadores han estudiado en el marco de la teoría de la “Agenda Setting”, la cual plantea que:

como consecuencia de la acción de los periódicos, de la televisión y de los demás medios de información, el público es consciente o ignora, presta atención o descuida, enfatiza o pasa por alto, elementos específicos de los escenarios públicos. La gente tiende a incluir o a excluir de sus propios conocimientos lo que los media incluyen o excluyen de su propio contenido.⁵

En palabras de B. Cohen: “si bien es verdad que la prensa puede no conseguir la mayor parte del tiempo decir a la gente lo que debe pensar, es sorprendentemente capaz de decir a los propios lectores en torno a qué temas deben pensar algo.”⁶

Como se apuntó anteriormente, “los medios masivos son la principal fuente de información de temas de actualidad científica” para la mayor parte de la sociedad. Esto quiere decir que son los principales vehículos para transmitir, difundir y, sobre todo, acercar el conocimiento científico-tecnológico a los grandes públicos.⁷

³ SECyT-ONCTIP, “Análisis de la oferta informativa sobre ciencia y tecnología en los principales diarios argentinos”, [C. Polino (Coord.), M.E. Fazio, D. Chiappe)], Buenos Aires, mayo 2006. Disponible en: <http://www.mincyt.gob.ar/informes/informe-sobre-la-oferta-informativa-en-ciencia-y-tecnologia-8071>, p.4.

⁴ Ibídem.

⁵ E. Shaw, “Agenda-Setting and Mass Communication Theory” en Mauro Wolf, “La investigación de la comunicación de masas”, Barcelona, Paidós, 1996, p.167.

⁶ B.C. Cohen, “The Press and Foreign Policy” en Mauro Wolf, “La investigación de la comunicación de masas”, Barcelona, Paidós, 1996, p.167.

⁷ H. Zucker, “The Variable Nature of Mass Media Influence” en Mauro Wolf, “La investigación de la comunicación de masas”, dice que “cuanto menor es la experiencia directa que tiene la gente sobre una determinada área temática, más depende de los media para obtener las informaciones y los marcos de interpretación correspondientes a esa área. La gente no tiene necesidad de los mass media para enterarse del aumento de los precios. Estas condiciones, cuando existen, invaden la vida cotidiana de las personas.”, Barcelona, Paidós, 1996, p.168.

A su vez, dentro de los medios, el más masivo y de mayor alcance es la televisión, por lo que se ubicaría como la principal fuente de información, no sólo de temas científicos, sino de todos los asuntos en general (políticos, económicos, deportivos, etc.). Este hecho no es algo exclusivo del caso argentino sino que, como señalan otros trabajos, es una tendencia que se da en distintos países del mundo:

In Brazil, just like in other countries - both developing and developed - television is the chief source of general information for the population, over and above other media. In dealing with access to science and technology issues, television continues to rank highest among the sources of information (...) It is thanks to the TV that most of the audience is informed about the latest developments in scientific research, scientific policy, new technologies, vaccines and remedies available on the market, among other scientific issues.⁸

Sin embargo, nuestro análisis no se centrará en la televisión sino en la prensa gráfica, ya que consideramos que es ella la que tiene la mayor incidencia en la rutina cotidiana de los medios. ¿Por qué? Porque entendemos que la prensa gráfica, pese a no contar con la inmediatez de la radio o carecer del impacto que puede generar la imagen viva de la televisión, ostenta una característica que la ubica como el medio de mayor repercusión, esto es: la capacidad de establecer la agenda (SU agenda) a los demás medios de comunicación. Esta cualidad es la que se plasma cuando los programas de radio y TV de la primera y segunda mañana leen al aire los títulos de los principales diarios o reproducen sus textos palabra por palabra. O también cuando se presentan situaciones en que le dan un “giro de tuerca” a la información presentada en la prensa gráfica, sea atendiendo a las repercusiones generadas por la publicación de un hecho o una declaración, o simplemente planteando en formato televisivo o radial lo publicado en gráfica.

De esta manera, al lograr que los contenidos que ella publica sean tomados por los demás medios, adquiriendo así una difusión más amplia (ya sea por su reproducción o por el seguimiento de su desarrollo informativo), la prensa gráfica se ubica, entonces, como la estructuradora de los temas que se comunicarán y debatirán (y los que no) en los medios (y en la sociedad) a lo largo de cada jornada.

⁸ M. Ramalho, C. Polino and L. Massarani, “From the laboratory to prime time: science coverage in the main Brazilian TV newscast”, *Jcom* 11(02) (2012) A02. Disponible en: <http://jcom.sissa.it/archive/11/02/Jcom1102%282012%29A02/Jcom1102%282012%29A02.pdf>, consultado el 03/05/13.

Los periódicos son los primeros promotores en organizar la agenda del público. Definen ampliamente el ámbito del interés público, pero los informativos televisivos no carecen totalmente de influencia. La televisión tiene un cierto impacto a corto plazo sobre la composición de la agenda del público. Tal vez la mejor manera de describir y distinguir dichas influencias sea aplicar a los periódicos el papel de *agenda-setting* y a la televisión el de «enfaticización» (o *spot-lighting*). La naturaleza fundamental de la agenda parece a menudo estar organizada por los periódicos, mientras que la televisión esencialmente reorganiza o reconstruye los temas principales de la agenda.⁹

Sobre la base de esto, el investigador italiano Mauro Wolf sostiene que “los distintos media tienen una capacidad diferenciada de establecer el orden del día de los temas públicamente importantes. La televisión parece ser menos influyente que la información impresa.”^{10, 11 y 12}

Además de encuadrar el presente estudio en ciertos lineamientos de la teoría de la “Agenda Setting”, enmarcaremos el tema de la política y gestión de la ciencia en el debate sobre si el periodismo es un reflejo de la realidad (teoría del espejo) o si es una construcción de la misma.

Durante años éste ha sido uno de los principales puntos de disputa entre profesionales de la comunicación. Cada postura ha tenido su momento de gloria y apogeo para luego verse destronada por otra y así sucesivamente. Hoy, ambas coexisten y son apoyadas y denostadas por igual por periodistas y/o académicos. En el seno de esta puja histórica radica uno de los más importantes puntos de inflexión entre los profesionales del ambiente: ¿es asequible la objetividad?

⁹ Maxwell McCombs, “Elaborating the Agenda-Setting Influence of Mass Communication” en Mauro Wolf, “La investigación de la comunicación de masas”, Barcelona, Paidós, 1996, p.184.

¹⁰ Mauro Wolf, “La investigación de la comunicación de masas”, Barcelona, Paidós, 1996, p.169.

¹¹ R. McClure y T. Patterson, “Print vs. Network News” en Mauro Wolf, “La investigación de la comunicación de masas” llegan a las mismas conclusiones. Sostienen que: “las noticias televisivas son demasiado breves, rápidas, heterogéneas y están «hacinadas» en un formato temporal limitado, es decir, son demasiado fragmentarias para tener un significativo efecto de agenda. Las características productivas de los informativos televisivos no permiten por tanto una eficacia cognoscitiva duradera, mientras que, al contrario, la información impresa posee todavía la capacidad de indicar eficazmente la distinta importancia de los problemas presentados. «La información impresa proporciona a los lectores una indicación fuerte, constante y visible de relevancia», mientras que normalmente la televisiva tiende a achatar la importancia y el significado de lo que es transmitido.” Barcelona, Paidós, 1996, p.184.

¹² Para profundizar sobre el tema de diferencias en la constitución de la agenda entre la prensa gráfica y la TV, consultar M. Benton y P. Frazier. “The Agenda-Setting Function of the Mass Media at Three Levels of Information Holding”, Communications Research, vol. 3, n. 3, págs. 261-274.

Los defensores de la "teoría del espejo" dirán que sí, planteando que un relato despersonalizado, centrado y basado siempre en datos o información que sustenten lo que se comunica, hará posible alcanzar la objetividad. El periodista y autor de numerosos trabajos sobre comunicación Javier Restrepo describe algunos de los principales rasgos de esta corriente:

Son de rigor el lenguaje neutro, la cita de fuentes y el uso de estrategias persuasivas como la descripción de los hechos en directo, el recurso a testigos cercanos y a representantes de la autoridad, el manejo de cifras y porcentajes: edades, fechas, horas de los hechos, peso, tamaño. Son juegos de cifras que sugieren una objetividad a toda prueba.¹³

Existen en la actualidad numerosas entidades relacionadas con la comunicación que adoptan esta postura a la hora de concebir al periodismo. Un caso paradigmático es el de la UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) que en el año 1983, en el marco de un encuentro que reunió a organizaciones que nucleaban a empresas periodísticas y profesionales de la comunicación de distintos lugares del mundo, elaboró un "Código internacional de ética periodística"¹⁴ que aún hoy es tomado como norte por organizaciones de periodismo de nuestro país (la Academia Nacional de Periodismo (ANP), por ejemplo). En su primer punto señala que "el pueblo y las personas tienen el derecho a recibir una imagen objetiva de la realidad por medio de una información precisa y completa"¹⁵. A su vez, su segundo punto se titula "Adhesión del periodista a la realidad objetiva" y expresa que "la tarea primordial del periodista es la de servir el derecho a una información verídica y auténtica por la adhesión honesta a la realidad objetiva, situando conscientemente los hechos en su contexto adecuado."¹⁶

¹³ Javier Restrepo, "La objetividad periodística: utopía y realidad, Revista Chasqui", n° 74, Quito, junio 2001, p.3.

¹⁴ UNESCO, "Código Internacional de Ética Periodística", noviembre 1983, disponible en <http://www.academiaperiodismo.org.ar/etica/unesco1.html>. Consultado el 22 de agosto de 2012. Allí se señala que fueron "Conclusiones del Fourth Consultative Meeting of International and Regional Organizations of Journalists, realizado en París el 20 de noviembre de 1983. Participaron: International Organization of Journalists (IOJ), International Federation of Journalists (IFJ), International Catholic Union of the Press (UCIP), Latin-American Federation of Journalists (FELAP), Latin-American Federation of Press Workers (FELATRAP), Union of African Journalists (UJA), Confederation of ASEAN Journalists (CAJ)."

¹⁵ Ibídem.

¹⁶ Ibídem.

Al contrario, los que conciben a los textos periodísticos como "construcciones de la realidad" argumentan que es imposible ser objetivo, que siempre -de forma consciente o no- se está interpretando y por lo tanto, siendo imparcial. Destacarán a los procesos de selección, valoración y jerarquización como piedras angulares que evidencian dicho fenómeno. Javier Restrepo afirma que "los hechos de la historia diaria, que son la materia prima de la información periodística, son tan cambiantes como las aguas de un río"¹⁷, aludiendo a Heráclito y a su idea de que es imposible bañarse dos veces en las mismas aguas.

Esa ilusión de objetividad desaparece cuando intervienen las inevitables tomas de posición, implicadas en la decisión entre varios hechos que pueden ser convertidos en noticia: ¿cuáles se cubren y cuáles se silencian? Al optar por un determinado hecho, un segundo paso: las fuentes que se consultaron ¿por qué esas y no otras? Se repite el fenómeno cuando el periodista utiliza el material proporcionado por las fuentes, porque debe seleccionar unas partes y descartar otras.¹⁸

Walter Lippmann, conocido -entre tantas cosas- por sus trabajos sobre la opinión pública y el periodismo, apunta a lo mismo cuando sostiene que

cada periódico, cuando llega al lector, es el resultado de toda una serie de selecciones en cuanto a los artículos que se imprimirán, en qué posición aparecerán impresos, cuánto espacio ocuparán, qué énfasis se le dará a cada uno. Aquí no existen estándares objetivos, existen convenciones.¹⁹

Apoyados en estas posturas antagónicas y teniendo en consideración estudios realizados con anterioridad en la Argentina relacionados con el análisis de la oferta informativa sobre CyT y de percepción social de la ciencia, así como los cambios significativos en las políticas públicas sobre CyT implementadas en los últimos años, el presente estudio plantea la siguiente hipótesis:

- Pese a la jerarquización del área a nivel político y económico desde el año 2007, la CTI es un sector con escaso protagonismo en los medios analizados (Clarín, La Nación y Página 12).

¹⁷ Ibídem.

¹⁸ Ibídem.

¹⁹ Walter Lippmann, "Opinión pública" en Esteban Rodríguez (comp.), "Contra la prensa. Antología de diatribas y apostillas", Buenos Aires, Colihue, 2001, p.289.

A su vez, también buscaremos responder a las siguientes preguntas:

- ¿Qué lugar ocupa en 2011 el contenido relacionado a la CTI en los medios analizados?
- ¿Cuál es el género que prima en la redacción de noticias sobre CTI?
- ¿Qué porcentaje de las noticias de CTI se refieren a Investigación y Desarrollo (I+D)?
- ¿Qué porcentaje ocupan las noticias sobre CTI respecto del total publicadas por cada diario durante el período analizado?
- ¿Cuál es el principal origen geográfico de las noticias sobre CTI?
- ¿Qué porcentaje de noticias sobre CTI es publicada en la tapa/portada de los diarios analizados?
- ¿Qué cambios se advierten entre el 2005 y el 2011 respecto al volumen y jerarquización de la temática de CyT en los distintos diarios analizados?
- ¿Se refleja en los diarios la relevancia política adquirida por la CyT en los últimos años? O ¿se mantienen los mismos espacios y enfoques que cuando tenía el rango de Secretaría?
- ¿Qué lugar ocupa concretamente la política de CyT en los textos periodísticos? ¿Se hace mención a ella o se la omite?

Por ello se persiguen los siguientes objetivos:

- Estudiar la comunicación de la CTI en los medios gráficos seleccionados.
- Caracterizar en términos de jerarquización, cobertura, frecuencia, origen geográfico, etc. la oferta informativa sobre CTI e I+D en los medios gráficos y el período seleccionados.
- Realizar un análisis comparativo entre los distintos medios gráficos.

- Comparar algunas características de la oferta informativa del 2011 con parte de la relevada en 2005.
- Explorar la relación entre el nuevo contexto de desarrollo de la CyT en la Argentina de los últimos años y las características de la oferta informativa del 2011.

A continuación, en el capítulo 1, nos adentraremos en el contexto político, social y económico en el que se impulsaron las principales políticas relativas a la CTI de los últimos años. En el capítulo 2, pasaremos rápida revista por el trabajo “Análisis de la oferta informativa de CyT” realizado por la SECyT-ONCTIP en 2005 y por la “Segunda Encuesta Nacional de Percepción Social de la Ciencia” de 2006. Más adelante, en el capítulo 3, identificaremos a los cuatro actores de mayor peso en la comunicación estatal de la CTI. En el capítulo 4 expondremos el encuadre metodológico en el que se enmarca el presente estudio y, finalmente, en el capítulo 5, se presentarán los resultados del mismo.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR